

[EXPLORAR Y APRENDER MÁS SOBRE LAS TRADICIONES]

Cultura china detrás del enorme éxito del videojuego "Black Myth: Wukong"

En los internautas y gamers de todo el mundo ha despertado el interés por el clásico chino de la literatura "Viaje al Oeste", una novela clásica china que data de hace unos 500 años.



Imagen sin fechar del Rey Mono o Sun Wukong, uno de los personajes más emblemáticos de la ficción mundial, del videojuego chino "Black Myth: Wukong".



Un hombre hace una foto de una pantalla que muestra Black Myth: Wukong en un mercado de electrónica en Shanghai, el 26 de julio de 2024.

En un mundo donde las altas tecnologías en constante cambio están redefiniendo los estilos de vida de la "Generación Z", un juego llamado "Black Myth: Wukong", con sus exquisitos escenarios y genes de la cultura china, ha desatado una manía entre los entusiastas de los videojuegos en todo el mundo. En las diez horas siguientes a su lanzamiento oficial a nivel mundial, el juego, con clasificación Triple-A (alto costo, alto volumen y alta calidad), una conocida plataforma global de juegos en línea vio cómo el número de jugadores simultáneos superaba los 2,2 millones, ocupando el segundo lugar a nivel mundial.

Tal éxito marca la primera incursión de los desarrolladores de juegos chinos en un mercado dominado durante mucho tiempo por compañías de juegos extranjeras. El inesperado éxito del juego, desarrollado por una empresa privada china a lo largo de seis años, ha permitido a la gente apreciar la exótica cultura tradicional china, además, claro, de ofrecer la diversión y la alegría de jugar.

Wukong, o el Rey Mono, es una figura icónica de "Viaje al Oeste", una novela clásica china que data de hace unos 500 años. La historia trata sobre las aventuras de un monje y sus tres discípulos, centrada en Sun Wukong, conocido por sus habilidades sobrenaturales y su naturaleza traviesa.

El impacto de este juego en la industria ha sido abrumadoramente elogiado. Ha sido volver a la esencia, tal como dijo Feng Ji, su productor: "El juego es lo suficientemente bueno en cuanto a calidad como para atraer a los jugadores a sumergirse en la historia china del bien y el mal".

Entre los internautas y los jugadores también ha despertado el interés por el clásico chino de la literatura "Viaje al Oeste".

Es posible que algunos de quienes

compararon este juego no sean fanáticos de la epopeya clásica, pero tú sí puedes serlo: eso es lo que se ha demostrado. Un debate candente en curso en la comunidad de juegos en línea de Reddit muestra que los jugadores están "trabajando duro" en cada detalle de la novela.

Desde la pregunta fundamental, "¿Qué versión de 'Viaje al Oeste' debería leer?" hasta numerosas publicaciones de un ensayo en inglés llamado "Resumen de Viaje al Oeste", el juego ha disparado el interés en numerosas versiones del venerado clásico chino.

Puente entre culturas

Los juegos o películas que combinan elementos culturales icónicos también pueden considerarse una forma de intercambio cultural. Hace años, Disney creó el éxito de taquilla animado "Mulan", basado en una reconocida heroína popular china que se disfrazó de hombre para servir en el ejército, reemplazando a su padre.

De hecho, disfrutar del juego podría ser un viaje para experimentar la belleza de la cultura china: su música, paisajes, arquitectura, vestuario o incluso sus leyendas populares.

Juegos chinos como "Black Myth: Wukong" adoptan la estética cultural tradicional. Esto puede ser refrescante después de años de estilos "cyberpunk" excesivos y colores exagerados. Pocas cosas son tan ricas y diversas como los cuentos tradicionales de las culturas antiguas", escribió LearningTheLaw, un usuario de X, antes Twitter.

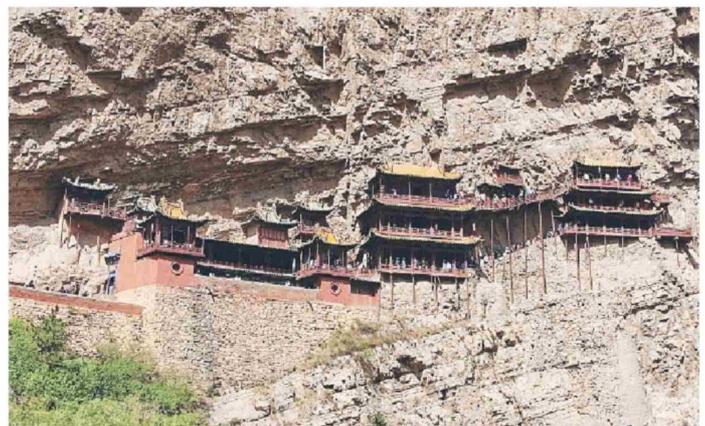
Muchos ven el juego como un hito en la industria del juego china desde perspectivas tanto técnicas como artísticas. Además, los videojuegos también pueden ser portadores de cultura y conocimiento.

Muchos YouTubers, así como internautas en otras plataformas de redes sociales

como Reddit, también expresaron un gran interés en Black Myth: Wukong, lo que lo convierte no solo en un juego, sino también en un puente cultural que conecta a China y el mundo, dijeron los observadores, y señalaron que los jugadores globales podrán obtener una comprensión más profunda

de la cultura tradicional china mientras se divierten.

El éxito de Black Myth: Wukong indica un hito en la industria de los juegos de China. La política favorable también facilita el surgimiento de más juegos de alta calidad por igual, dijo Liu.



Templo de Xuankong en Hunyuan, ciudad de Datong, provincia de Shanxi, y una escena del videojuego "Black Myth: Wukong".



Fotos: Cuenta oficial de WeChat del Departamento de Cultura y Turismo de Shanxi.

Comparación entre el Templo de Chongfu en Shuo Cheng, ciudad de Shuozhou, provincia de Shanxi, y una escena del videojuego "Black Myth: Wukong".

La Administración Nacional de Prensa y Publicaciones de China publicó el 27 de febrero una lista de 111 juegos a los que se les habían otorgado licencias de publicación para el mes, y Black Myth: Wukong estaba incluido.

En China, los videojuegos recibían el sobrenombre de "heroína digital" debido a la posibilidad de adicción, particularmente entre los niños, y se creía que esa era una razón por la que las autoridades pertinentes han sido muy cuidadosas al otorgar licencias de publicación para videojuegos.

Sin embargo, las autoridades chinas han introducido recientemente una serie de políticas de apoyo para alentar la innovación, proteger los derechos de propiedad intelectual y promover la internacionalización de la industria del juego. Ahora los videojuegos han demostrado ser capaces de convertirse en arte y difundir la cultura china no solo entre los jugadores chinos, sino también entre los extranjeros, dijeron los observadores a Global Times.

Impulso al turismo

Por supuesto, un juego es solo eso, un juego. Por eso, China siempre recibirá con agrado a los viajeros de todo el mundo que quieran explorar y aprender más sobre su profunda cultura.

El gran éxito del Black Myth: Wukong ha impulsado el turismo cultural en la Provincia Shanxi. La abundancia de edificios históricos bien conservados de China ofreció al desarrollador una ventaja innata. Escanear digitalmente edificios antiguos para presentarlos en el juego ahorra más costos y brinda una experiencia más auténtica.

Gracias a este sensacional videojuego, la provincia de Shanxi, está siendo testigo de un notable aumento en la llegada de turistas.

Como muchas escenas del juego se crean en función de sitios culturales e históricos de Shanxi; y aprovechando la oportunidad para promover el turismo cultural, las cuentas oficiales de redes sociales del Departamento de Cultura y Turismo de Shanxi han publicado varios videos titulados "Siga a Wukong a través de Shanxi", que atraen una amplia atención en línea.

Por ejemplo, el Templo Yuhuang, en la ciudad de Jincheng, recibió a muchos visitantes que vinieron específicamente a ver las esculturas de colores realistas de la dinastía Yuan (1271-1368). Muchos de ellos, que fueron motivados por "Black Myth: Wukong" a explorar las ubicaciones del

mundo real de algunas escenas icónicas del juego, no pudieron ocultar su admiración ante esas hermosas obras de arte.

De hecho, la sinergia entre el mundo del juego virtual y la realidad comenzó en 2022. Desde el lanzamiento hace unos años del primer video promocional del juego, el Departamento de Cultura y Turismo de Shanxi ha llegado a un acuerdo con el desarrollador para aprovechar las hermosas escenas y promover el turismo cultural.

Actualmente, Shanxi no solo está siguiendo los temas de tendencia de este juego, sino que también está haciendo todo lo posible para recibir el enorme flujo de turistas y ganar su favor para su industria de turismo cultural.

A través de la innovación en servicios y formas comerciales, la provincia se esfuerza por convertir el "efecto Wukong" en un atractivo a largo plazo para los visitantes.

Los jugadores han demostrado un gran interés en las escenas con las esculturas de colores en el Templo Yuhuang, cada una de las cuales tiene sus propias características únicas: algunas son majestuosas, otras son gentiles y encantadoras, y algunas son misteriosas e insondables.

Li Runhang, un profesor de arte de primaria de la provincia de Guangdong, se sorprendió de inmediato cuando entró por la puerta del templo Yuhuang. "Fue gracias a 'Black Myth: Wukong' que conocí el Templo Yuhuang en Jincheng. Vengo específicamente a visitar el templo durante las vacaciones de verano, ¡y realmente está a la altura de su reputación! He adquirido una nueva comprensión de la cultura tradicional de aquí", exclamó.

Li planea diseñar un curso especial para ayudar a sus estudiantes a obtener una comprensión más profunda de la cultura tradicional china. "Las pruebas abiertas y la promoción del juego ya han comenzado a impulsar un aumento en el flujo turístico. Durante las vacaciones de verano de este año, el número de visitantes al Templo Yuhuang alcanzó un récord, con más de 50.000 visitas en seis meses, y alrededor del 40 por ciento de ellos aprendieron sobre el área escénica a través del juego", aseguró Yin Zhenxing, curador del Museo de Esculturas y Murales Coloreados del Templo Yuhuang.

"El juego está inspirado en el antiguo cuento chino 'Viaje al Oeste'. Con su rico patrimonio histórico y cultural, Shanxi se destaca entre muchas regiones de China, convirtiéndose en la provincia que aparece con más frecuencia en el juego", detalló

Zhang Qing, funcionario del Departamento de Cultura y Turismo de Shanxi. De acuerdo a Zhang, el juego cuenta con 36 lugares de rodaje en toda China, 27 de los cuales se encuentran en Shanxi. "El proceso de juego también brinda la oportunidad de apreciar el antiguo arte arquitectónico de Shanxi y la fina cultura tradicional china", precisa Zhang.

Shanxi alberga 53.875 reliquias culturales inamovibles, incluidos 28.027 edificios antiguos, y tiene 531 sitios de patrimonio cultural protegidos a nivel nacional. Entre los edificios antiguos de la provincia, más de 500 son antiguos edificios de madera construidos durante la dinastía Yuan y períodos anteriores.

La popularidad del juego ha despertado el interés por la historia y la cultura de Shanxi, así como por su arquitectura antigua. Algunos internautas han sugerido "crear una ruta turística especial con atracciones relevantes".

Zhang recalzó que los datos de las plataformas de viajes en línea demuestran un rápido aumento en el interés turístico en Shanxi desde el mismo día en que se lanzó el juego. En particular, los sitios que aparecen en el juego, como el Templo Yuhuang, el Templo Chongfu, el Templo Xiaoxitian, el Templo Tiedo, el Templo Shuanglin, la Pagoda Sakyamuni del Templo Fogong y la Torre de la Cigüeña aumentaron su

popularidad, lo que indica un fuerte deseo entre los viajeros e internautas de "seguir Wukong a través de Shanxi".

En respuesta a las sugerencias de los internautas, el Departamento de Cultura y Turismo de Shanxi ha formulado una serie de medidas para impulsar el desarrollo turístico. El 22 de agosto se celebró en Taiyuan, capital de Shanxi, la Conferencia de Innovación de Marcas de Cultura Digital y Turismo 2024. En la ceremonia de apertura de la conferencia, Shanxi lanzó oficialmente su campaña turística llamada "Siga a Wukong a través de Shanxi". Al mismo tiempo, el Departamento de Cultura y Turismo de la provincia de Shanxi introdujo políticas de incentivos para alentar a los vloggers culturales, históricos, de viajes y de juegos a crear contenido relacionado con la arquitectura antigua de Shanxi que aparece en el juego, brindando apoyo y recompensas para aquellos que cumplan con los requisitos relevantes.

"En los últimos años, las autoridades de cultura y turismo de Shanxi han estado colaborando para aprovechar las nuevas plataformas de medios de comunicación para la promoción e identificar la clave para atraer turistas, atrayendo cada vez más la atención de los internautas hacia el hermoso paisaje de Shanxi", indicó un alto funcionario del Departamento de Cultura y Turismo de Shanxi.



Foto: WeChat, Distrito del Pueblo Digital

Turistas visitan las grutas de Yungang en Datong, provincia de Shanxi.